

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu Negara yang menjunjung tinggi hak dan kewajiban setiap orang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, oleh karena itu menempatkan pajak sebagai suatu perwujudan kewajiban kenegaraan dalam gotong-royong nasional, yang merupakan peran serta masyarakat dalam pembiayaan pembangunan nasional. Pembangunan Nasional Indonesia bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan dari pembangunan nasional, maka pelaksanaan pembangunan harus merata diseluruh Indonesia dan tidak terlepas dari adanya pembangunan daerah. Salah satu sumber utama Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan adalah pajak.

Peranan pajak sangat penting dalam mendorong kemajuan pertumbuhan perekonomian nasional dan melancarkan pembangunan negara. Sejalan dengan makin meluasnya aspek kehidupan masyarakat dan hambatan-hambatan yang selalu dihadapi oleh pemerintah, maka diperlukan suatu usaha yang maksimal untuk menciptakan perkembangan ekonomi yang lebih dinamis, serasi dan tanggung jawab untuk negara. Oleh sebab itu, pemerintah pusat memberikan wewenang terhadap pemerintah daerah untuk membuat sistem peraturan sendiri pada daerahnya masing-masing

Pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh Negara (Pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontraprestasi atau balas jasa) secara langsung. Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama bagi sebuah negara yang dibayarkan oleh masyarakat. Pajak juga sebagai iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan serta sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sehingga dalam pelaksanaannya sektor perpajakan diatur melalui sistem beserta undang-undang yang telah ditetapkan. Melalui sistem tersebut diharapkan pengadaan pembangunan nasional melalui sektor pajak dapat dimaksimalkan penggunaannya untuk kepentingan bersama. Dalam pelaksanaan pembangunan nasional tersebut tidak terlepas oleh adanya pembangunan daerah. Sehingga untuk memperlancar pembangunan nasional diperlukan anggaran dari pemerintah negara yang diperoleh dari pemungutan pajak daerah.

Pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang memiliki peranan yang sangat strategis dalam meningkatkan kemampuan keuangan daerah dan akan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah serta keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengatur tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Ada beberapa jenis pajak daerah di kabupaten atau kota yaitu pajak reklame, pajak hiburan, pajak hotel pajak restoran,

pajak penerangan jalan, pajak pengambilan dan pengolahan bahan galian golongan C, dan pajak parkir. Dengan adanya undang-undang tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemungutan pajak daerah, serta meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat. Sehingga pemungutan pajak memberikan keadilan dan kepastian hukum kepada masyarakat atau wajib pajak, serta kesesuaian pemungutan atas suatu kepemilikan obyek pajak.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2006, Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggara reklame yang meliputi benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Pajak reklame dipungut atas semua penyelenggaraan reklame.

Besarnya tarif pajak reklame telah ditetapkan paling tinggi 25%. Penetapan tarif paling tinggi tersebut bertujuan memberikan perlindungan kepada masyarakat dari penetapan tarif yang terlalu membebani, sedangkan tarif paling rendah tidak ditetapkan untuk memberi peluang kepada pemerintah daerah untuk mengatur sendiri besarnya tarif pajak yang sesuai dengan kondisi masyarakat di daerahnya. Pajak reklame dikenakan atas nilai sewa reklame yang didasarkan atas nilai jual obyek pajak reklame dan nilai strategis pemasangan reklame.

Subyek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Wajib Pajak (WP) reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004). Peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) sangat penting sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah, dimana proporsi PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi “Derajat Kemandirian” keuangan suatu pemerintah daerah. Sumber-sumber PAD sebenarnya sangatlah diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan diharapkan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerahnya. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya.

Dengan majunya jaman sekarang ini banyak sekali bermunculan perusahaan Perseroan Terbatas (PT) dengan bermacam-macam konsep pemasaran yang unik guna menarik ketertarikan konsumen atas tempat tersebut. Salah satunya adalah PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) yang termasuk perusahaan dagang di bidang retail yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Sedangkan retail atau eceran merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis. PT. Indomarco Prismatama melakukan riset dengan

cermat tentang keputusan berbelanja barang untuk mengetahui sesuatu yang dibeli oleh konsumen, tempat, alasan, dan cara mereka membeli serta tingkat harga yang mereka bayar. Proses bermula jauh sebelum perusahaan berbelanja apa saja produk yang harus dibeli. PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) adalah perusahaan swasta nasional yang didirikan berdasarkan akta notaris No. 207, tertanggal 21 Nopember 1988 oleh bapak Benny Kristianto dan SIUP No. 789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988 dengan NPWP 1.337.994.6-041 dari Departemen Keuangan RI Ditjen Pajak Penjarangan Jakarta Utara. PT. Indomarco Prismatama berkantor pusat di Jalan Ancol I No. 9-10 Ancol Barat Jakarta Utara, memiliki kantor cabang dan distribution centre (DC) di Jakarta, Cimanggis (Depok), Jatake (Tangerang), Parung (Bogor), Bekasi (Cikarang), Bandung, Surabaya, Semarang, dan Lampung. Sedangkan cabang yang akan dibuka tahun 2008 adalah cabang Medan. Jumlah toko yang dimiliki akhir tahun 2007 kurang lebih 2.000 toko. Sistem distribusi Indomaret menerapkan teknologi yang canggih, dengan menggunakan digital picking. Sistem yang memungkinkan Indomaret menjalankan distribusi dengan handal, canggih, dan efisien. Dengan dukungan Sumber Daya Manusia yang ahli di bidangnya, distribusi ke seluruh gerai Indomaret dapat terlayani dengan baik sehingga pusat distribusi Indomaret menjadi salah satu yang terbaik di Indonesia. Pada saat ini Indomaret memiliki 16 pusat distribusi yang merupakan sentral pengadaan produk untuk lebih dari 5.000 gerai Indomaret. Pusat distribusi Indomaret berada di Jakarta, Sentul Bogor, Tangerang, Bekasi, Parung Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Jember, Malang, Palembang, Medan, dan Makasar.

Dalam sistem distribusi ada 4 pelaku penting yang menjalankannya, yaitu Produsen, Pedagang Besar, Pengecer, dan Konsumen. Dalam hal ini PT. Indomarco memilih menggunakan saluran distribusi tradisional, yaitu produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar saja, tidak menjual ke pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja. Dalam strategi pemasarannya, PT. Indomarco menggunakan sebanyak mungkin penyalur (terutama pengecer) untuk mencapai konsumen agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa PT. Indomarco menggunakan sistem distribusi Intensif. Oleh karena itu, penulis mengambil judul: **“Mekanisme Penerimaan dan Pemungutan Pajak Reklame PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Manyar) terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya”**.

1.2 Tujuan Studi Lapang

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui seberapa besar penerimaan dan pemungutan pajak reklame PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Manyar) terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya.

1.3 Manfaat Studi Lapang

Manfaat penelitian antara lain dapat memberikan masukan bagi beberapa pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Wajib Pajak

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang perpajakan kepada masyarakat untuk lebih mengetahui tentang pajak dan manfaat yang diterima dari

pajak, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajak.

2. Bagi Kantor Pelayanan Pajak

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi Kantor Pelayanan Pajak dalam meningkatkan penerimaan pajak dan pembayaran pajak.

3. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dalam hal perpajakan dan mengaplikasikan teori-teori perpajakan yang diperoleh selama kuliah, sehingga dapat diterapkan dalam praktek kehidupan di masyarakat.

4. Bagi STIESIA

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan sesuatu yang berharga bagi STIESIA dan juga sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dengan materi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis.

1.4 Ruang Lingkup Studi Lapang

Agar tidak terjadi topik pembahasan yang meluas, maka penulis membatasi lingkup pembahasan mengenai penerimaan dan pemungutan pajak reklame PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Manyar) terhadap pendapatan asli daerah Kota Surabaya dalam periode tahun 2015-2018.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Pelaksanaan kegiatan studi lapang memungkinkan mahasiswa memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Mengamati secara langsung praktek di lapangan mengenai poses administrasi pajak daerah khususnya dalam layanan pajak reklame berlangsung dengan maksud mengumpulkan keterangan-keterangan yang diperoleh dengan keadaan yang sebenarnya melalui kegiatan magang, berupa penghitungan berapa besar jumlah pajak reklame, mekanisme pajak reklame, dan ketentuan-ketentuannya.

2. Dokumentasi

Mengambil arsip atau dokumen yang diperlukan di PT. Indomarco Prismatama. Arsip dan dokumen yang didapat antara lain: data sejarah kantor, struktur organisasi, bukti pembayaran SKPD dan SSPD.

3. Wawancara

Mengumpulkan data melalui kegiatan tanya jawab secara tatap muka dengan pihak-pihak yang berada di PT. Indomarco Prismatama dalam memberikan penjelasan, sehingga mahasiswa memperoleh informasi langsung dan rinci.